

PENGARUH STRATEGI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
PEMILIHAN TOKO PADA MATAHARI *DEPARTMENT STORE* DAN
COUNTER THE EXECUTIVE DI TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA



OLEH:

HADINATA SOETIANTO

3103012261

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2016

Pengaruh Strategi Harga dan Promosi terhadap Pemilihan Toko pada
Matahari *Departement Store* dan *Counter The Executive* di Tunjungan Plaza
Surabaya

SKRIPSI S1
Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

OLEH:
HADINATA SOETIANTO

3103012261

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2016

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : HADINATA SOETIANTO
NRP : 3103012261
Judul Skripsi : Pengaruh Strategi Harga dan Promosi terhadap Pemilihan Toko pada Matahari *Departement Store* dan *Counter The Executive* di Tunjungan Plaza Surabaya

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya tulis ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang HakCipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya,

Yang menyatakan



Hadinata Soetianto

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH STRATEGI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
PEMILIHAN TOKO PADA MATAHARI *DEPARTEMENT STORE*
DAN *COUNTER THE EXECUTIVE* DI TUNJUNGAN PLAZA
SURABAYA**

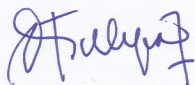
OLEH

HADINATA SOETIANTO

3103012261

**Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji**

PEMBIMBING I



Dr. Diyah Tulipa, MM
Tanggal: 12.01.16

PEMBIMBING II

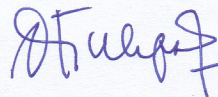


Drs. P. Julius F. Nagel, S.Th., MM
Tanggal: 8/1 2016

HALAMAN PENGESAHAN


Skripsi yang ditulis oleh: Hadinata Soetianto NRP 3103012261, Telah diuji
pada tanggal 30 Januari 2016 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji:



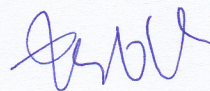
Dr. Diyah Tulipa, MM
NIK. 311.02.0543

Mengetahui:



Dekan
Dr. Lodovikus Lasdi, MM., Ak., CA
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si
NIK. 311.99.0369

HALAMAN MOTTO

“Tuhan adalah kekuatanku dan perisaiku; kepada-Nya hatiku percaya. Aku tertolong sebab itu beria-ria hatiku, dan dengan nyanyianku aku bersyukur kepada-Nya.”

(Mazmur 28:7)

“Education is the most powerful weapon which you can use to change the world.”

(Nelson Mandela)

“If you see it in your mind, you’re going to hold it in your hand.”

(Rhonda Byrne)

Skripsi ini saya persembahkan kepada Tuhan Yesus Kristus, kedua orang tua, saudara dan sahabat-sahabat yang saya kasihi.

Tuhan Yesus senantiasa memberkati kita semua.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yesus Kristus, karena atas berkat dan kasih-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Strategi Harga dan Promosi terhadap Pemilihan Toko pada Matahari *Department Store* dan *Counter The Executive* di Tunjungan Plaza Surabaya” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program Sarjana Strata 1 (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Terselesaikannya skripsi ini tentu disertai dengan doa, dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak yang senantiasa memberikan semangat kepada penulis. Berbagai lika-liku dalam penulisan skripsi ini dapat dilewati dengan baik oleh penulis, untuk itu penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Drs. Kuncoro Foe, Ph.D selaku Rektor Universitas Katolik Widya Mandala.
2. Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala.
3. Elisabeth Supriharyanti, S.E., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala.
4. Dr. Diyah Tulipa, MM selaku dosen pembimbing yang senantiasa memberikan bimbingan dan arahan yang sangat baik kepada penulis.
5. Drs. P. Julius F. Nagel, S.Th., MM selaku dosen pembimbing yang senantiasa memberikan bimbingan dan arahan yang sangat baik kepada penulis.

6. Kedua orang tua tercinta, Mama Nanik Margi Suprapti dan Papa Aloysius Soetianto yang senantiasa mendoakan, mendukung serta tak henti-hentinya memberikan semangat kepada penulis.
7. Saudara-saudara terkasih, Tonny Soetianto, Hendrawan Soetianto dan Meiliani Soetianto yang juga senantiasa mendoakan dan memberikan semangat kepada penulis.
8. Pacar saya Shirley Natasha Sigit yang tidak henti-hentinya memberikan semangat dan dukungan hingga karya tulis ini selesai.
9. Teman-teman saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu semoga Tuhan yang membalas kebaikan dan memberkati saudara/i semua.

Penulisan skripsi ini tentu masih belum sempurna, sehingga penulis dengan sangat terbuka menerima segala kritik dan dengan senang hati menerima segala saran dan masukan yang akan sangat berguna bagi kebaikan atas skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini dapat berguna untuk menambah pengetahuan bagi pihak-pihak yang membacanya.

Surabaya, Januari 2016
Penulis,

Hadinata Soetianto

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.5. Sistematika Skripsi.....	7
BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN	
2.1. Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. Landasan Teori.....	11
2.3. Hubungan antar Variabel.....	24
2.4. Kerangka Konseptual.....	27
2.5. Hipotesis.....	27

BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian.....	28
3.2. Identifikasi Variabel.....	28
3.3. Definisi Operasional.....	29
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	30
3.5. Metode Pengumpulan Data.....	31
3.6. Populasi dan Sampel.....	31
3.7. Pengukuran Variabel.....	32
3.8. Teknik Analisis Data.....	33

BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Karakteristik Responden.....	36
4.2. Statistik Deskriptif.....	42
4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	48
4.4. Uji Hipotesis.....	50
4.5. Pembahasan.....	54

BAB 5. SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

5.1. Simpulan.....	58
5.2. Saran.....	59

DAFTAR PUSTAKA.....	61
---------------------	----

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 3.1. Derajat Pengukuran Variabel.....	32
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin.....	36
Tabel 4.2. Jenis Kelamin terhadap Pilihan Toko.....	37
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	37
Tabel 4.4. Usia terhadap Pilihan Toko.....	38
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	39
Tabel 4.6. Pekerjaan terhadap Pilihan Toko.....	39
Tabel 4.7. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	40
Tabel 4.8. Penghasilan terhadap Pilihan Toko.....	41
Tabel 4.9. Karakteristik Responden Berdasarkan Dana/anggaran.....	41
Tabel 4.10. Dana/anggaran terhadap Pilihan Toko.....	42
Tabel 4.11. Statistik Deskriptif Variabel <i>Price Variation</i>	43
Tabel 4.12. Statistik Deskriptif Variabel <i>Relative Price</i>	44
Tabel 4.13. Statistik Deskriptif Variabel <i>Deal Intensity</i>	46
Tabel 4.14. Statistik Deskriptif Variabel <i>Deal Support</i>	47
Tabel 4.15. Uji Validitas.....	49
Tabel 4.16. Uji Reliabilitas.....	49
Tabel 4.17. Model Summary.....	50
Tabel 4.18. Hosmer dan Lemeshow Test.....	51
Tabel 4.19. Uji Parsial.....	52
Tabel 4.20. Hasil Uji Hipotesis.....	53

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual.....	27

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisioner Responden

Lampiran 2. Karakteristik Responden

Lampiran 3. Statistik Deskriptif

Lampiran 4. Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 5. Uji Hipotesis

ABSTRAK

Pertumbuhan bisnis ritel terutama pada ritel fashion yang semakin pesat meningkatkan persaingan antar ritel. Persaingan ketat antar ritel mengharuskan peritel untuk merancang strategi untuk memenangkan persaingan. Di Indonesia sebagian besar masyarakat merupakan masyarakat dengan ekonomi menengah ke bawah sehingga faktor harga merupakan hal yang sangat sensitif. Ritel harus mampu membangun strategi harga yang tepat agar mampu bertahan dan bersaing dengan ritel lainnya sehingga toko akan dipilih konsumen dibanding toko lain. Terkait strategi harga ritel tidak hanya bersaing untuk menawarkan harga murah atau *everyday low price* (EDLP), namun ritel juga harus mampu menawarkan harga yang menarik seperti *High Low Pricing* (HLP). Pada ritel fashion strategi variasi harga yang paling sering digunakan adalah HLP dengan menawarkan diskon dan promosi untuk menunjang strategi harga dalam toko. Selain itu ritel juga harus mampu menawarkan harga yang relatif lebih murah dibanding toko lain agar mampu bersaing dengan toko lain dengan dukungan promosi dan fasilitas promosi yang tepat.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh strategi harga dan promosi terhadap pilihan toko pada Matahari *Department Store* dan *Counter The Executive* di Tunjungan Plaza Surabaya. Desain penelitian adalah penelitian kausal. Teori yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teori preferensi konsumen dan *Retail Mix*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 150 responden. Metode pemilihan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* yaitu pengambilan sampel secara acak. Analisis data menggunakan teknik regresi logistic.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Price Variation* berpengaruh positif terhadap pilihan toko, *Relative Price* berpengaruh positif terhadap pilihan toko, *Deal Intensity* berpengaruh positif terhadap pilihan toko, dan *Deal Support* berpengaruh positif terhadap pilihan toko.

Kata Kunci : *Price Variation, Relative Price, Deal Intensity, dan Deal Support*

ABSTRACT

The growth of retail business specialty in retail fashion is intensified by competition between retailer. Tough competition between retailer requires retailers to devise a strategy in order to win the competition. Indonesia is country with society income most of middle low income. So the price become very sensitive factors. Retailer should be able to build the right pricing strategy in order to be able to survive and compete with other retail stores. Retail pricing strategy associated not only compete to offer cheap prices or everyday low price (EDLP), but also retailer should be able to offer attractive rates as High Low Pricing (HLP). On retailer fashion strategy variation in price most often used is HLP with discount offers and promotional strategies to support prices in the store. Besides, it should also be able to offer the retail prices are relatively cheapest among stores in order to be able to compete with other stores with promotional support and on-site promotion.

The aims of this research is to examine and analyze the influence of price and promotion strategies towards shops in Matahari Department Store and Counter The Executive in Tunjungan Plaza Surabaya. Design research is causal research. This study used the theory of consumer preference and Retail Mix. The sample used in this study is 150 respondents. The sample selection method using was non-probability sampling, namely random sampling. Data analysis using regression logistic.

The result of was this research showed that the Price Variation has positive influence on store choice, Relative Price has positive influence on store choice, Deal Intensity has positive influence on store choice, and Deal Support has positive influence on store choice.

Keywords: *Price Variation, Relative Price, Deal Intensity, and Deal Support*